

**IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PENINGKATAN PENJUALAN SOLUSI
DIMASA NEW NORMAL PANDEMI COVID 19**

Nurgiyatna¹, Suranto², Ahamad Kholid Alghofari³

^{1,3}Teknik Informatika- Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta

²Teknik Industri – Fakultas Teknik- Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email author coresponden: sur185@ums.ac.id

co author: nurgiyatna@ums.ac.id

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan team dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta bertempat di sentra industri batik Pilang Masaran Sragen, dengan melibatkan 2 UKM batik, yaitu Busana Asri Batik dan S”TU Jaya Batik. Tujuan pengabdian ini memberikan pelatihan tentang pentingnya sistem tata kelola usaha batik dengan baik, dalam sistem produksi dan sistem pemasaran melalui digitalisasi marketing. Manfaat kegiatan ini diharapkan ada perbaikan pada lingkungan produksi dengan menerapkan K3 dan 5R dengan baik serta implementasi digital marketing dan sosial media dalam pemasaran. Kegiatan melibatkan tiga dosen dan 20 mahasiswa teknik industri dan teknik informatika UMS. Peserta pelatihan di dua UKM sejumlah 10 orang, mendapatkan penyuluhan, pendampingan dan pelatihan 5R, K3 dan akun digital marketing, sosial media. Kegiatan dilakukan selama 4 hari dan hasil kegiatan sangat memuaskan. Melalui penerapan 5R dan K3 yang baik luaran dari proses produksi semakin kualitas, produksi meningkat, kerja nyaman dan pemasaran melalui digital juga meningkat.

Kata kunci: Penyuluhan, Pelatihan, Pendampingan, produksi, *digital marketing*, batik

Abstract: The community service activity was carried out by a team of lecturers and students at the University of Muhammadiyah Surakarta at the center of the Pilang Masaran batik industry, Sragen, involving 2 batik SMEs, namely Asri Batik Clothing and S”TU Jaya Batik. The purpose of this service is to provide training on the importance of a good batik business governance system, in the production system and marketing system through digital marketing. The benefits of this activity are expected to be an improvement in the production environment by implementing K3 and 5R properly as well as implementing digital marketing and social media in marketing. The activity involved three lecturers and 20 students of industrial engineering and informatics engineering at UMS. The training participants in two SMEs, a total of 10 people, received counseling, assistance and training on 5R, K3 and digital marketing, social media accounts. The activity was carried out for 4 days and the results of the activity were very satisfying. Through good implementation of 5R and K3 the output of the production process is getting better, production is increasing, working is comfortable and marketing through digital is also increasing.

Keywords: Counseling, training, mentoring, production, digital marketing, fabric.

1. PENDAHULUAN

Era digital atau era industri 4.0 merupakan kebangkitan teknologi informasi yang cukup signifikan, hal ini terbukti dalam aktifitas bisnis, ekonomi, budaya dan teknologi hingga pendidikan

membutuhkan peran informasi teknologi dunia maya. Penjualan yang dulunya offline sekarang sudah dilakukan secara online, pelaksanaan kegiatan pendidikan, seminar dan lainnya dapat dilakukan secara daring, tidak harus dilakukan dengan luring.

Aktifitas usaha di era digital ini membuat para UKM (Usaha Kecil Menengah) harus berbenah dengan cepat, apalagi di era pandemi covid 19 dan era new normal pandemi covid 19. Dimana dunia usaha dunia industri (DUDI) maupun UKM tentunya harus responsif terhadap teknologi terkini, karena kondisi saat ini mengkoneksikan semua kekuatan era milenium, pasar barang dan jasa yang dahulu dibatasi oleh jarak dan waktu, sekarang telah diperluas tanpa batas jarak dan waktu dalam strategi pemasaran produknya.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di UKM Batik Busana asri dan S'TU jaya, hal ini dilakukan agar pemasaran berjalan dengan baik dan produksi lebih kualitas dan ruang produksi semakin nyaman.

Berkenaan dengan usaha batik, sebenarnya pemerintah telah mengeluarkan regulasi berdasar: (a) Permendagri nomor 53/2009 tentang penggunaan batik di instansi pemerintahan, berkontribusi signifikan membuka *demand* batik berkelanjutan dan produksi batik di dalam negeri; (b) Permendag nomor 86/2015 tentang impor tekstil, produk tekstil, motif batik sebagai bentuk menjaga produksi dan pemasaran batik di dalam negeri; (c) Perpres nomor 44/2016 tentang bidang usaha, mengatur penanaman modal berbagai bidang usaha, mencegah monopoli modal dalam usaha kecil termasuk batik (Pratiwi, 2020).

Melihat responsif kebijakan regulasi yang memberikan semangat usaha, maka UKM batik harusnya terus bangkit dan berbenah. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di UKM Busana Asri dan S'TU Jaya batik dengan permasalahan, (1) pemasaran batik masih konvensional, (2) produksi menumpuk karena sulit dalam penjualan, (3) belum mengenal pemasaran online, (4) ruang produksi yang panas dan kurang nyaman untuk bekerja. Melihat permasalahan tersebut team pengabdian masyarakat UMS, menawarkan solusi melalui penerapan K3, 5R dan pengenalan digitalisasi marketing.

Kondisi UKM Batik di Pilang Masaran, hampir mayoritas belum menggunakan teknologi digital seperti digital marketing shopee, sosial media: instagram, facebook dan tiktok juga web perusahaan dalam pemasaran produk. Hal ini dapat dicari pada dunia maya, susah menemukan web UKM batik Pilang, juga shopee batik dari Pilang. Padahal lebih dari 100 tahun, keberadaan UKM batik di Pilang Sragen telah berproduksi, tapi masih kesulitan dalam pemasaran, apalagi dimasa pandemi atau new normal pandemi covid 19. Penurunan omset penjualan sangat dirasakan oleh para UKM Batik di Pilang (Suranto, 2021), (Adcharina, 2017). Di masa new normal pandemi covid 19, pengusaha batik masaran mengalami kelumpuhan dalam penjualan, penumpukan hasil produksi, lemahnya penggunaan teknologi digital dan lemahnya akses pasar.

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, team pengabdian perguruan tinggi (dosen dan mahasiswa) berusaha memberikan solusi dan pendekatan ilmiah, sehingga perlu dilakukan terobosan baru dalam sistem produksi dan sistem pemasaran agar para pengusaha dapat berkembang dan bangkit dimasa new normal pandemi Covid 19. Permasalahan yang terjadi akan diselesaikan dengan memberikan solusi melalui pendampingan, penyuluhan, pelatihan dalam penguatan pemasaran bagi pengusaha batik agar usaha bangkit, tidak terpuruk dan dapat memulihkan ekonomi.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk penyuluhan kondisi ruang produksi, peningkatan pemasaran/penjualan batik melalui digitalisasi. Hal ini di rasakan, manfaat agar memberi kontribusi dalam tata kelola usaha batik, sehingga mampu meningkatkan kapasitas produksi, peningkatan *omset* penjualan berbasis teknologi.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Sentra Industri Batik Pilang masaran Sragen, kegiatan dilakukan di tempat STU Jaya Batik, sedangkan perbaikan produksi, dan pemasaran dimanfaatkan bagi dua UKM batik. Dampak kegiatan dirasakan warga sekitar yang mengikuti pelatihan, termasuk bapak kepala desa Pilang sangat mengapresiasi kegiatan tersebut.

Metode pengabdian yang dilakukan dengan cara penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Penyuluhan tentang manfaat 5R dan K3 ditempat ruang kerja, sedangkan pelatihan tentang digital marketing melalui shopee dan sosial media melalui pembuatan akun tiktok, facebook, dan instagram serta web UKM. Untuk pendampingan melakukan kegiatan tata kelola akun media sosial dan pendampingan menjalankan digitalisasi dalam pemasaran.

Waktu pengabdian dilakukan selama dua minggu, tetapi efektif di lapangan selama 4 hari, meliputi kegiatan: (a) pemetaan masalah, (b) penentuan solusi masalah, (c) kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dan monitoring hasil pemasaran

Metode kegiatan dilakukan dengan partisipatif interaktif dimana pendamping (dosen dan mahasiswa) mendampingi, memberi penyuluhan dan pelatihan secara aktif dan peran aktif dari para UKM, pemilik dan karyawan batik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Kegiatan dalam pengabdian masyarakat oleh team pengabdi UMS berkolaborasi dari dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan tahapan dan aktifitas kegiatan sesuai dengan rencana, sebagai berikut: a) pemetaan masalah, (b) penentuan solusi masalah, (c) kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dan monitoring hasil pemasara

Kegiatan pertama dilakukan adalah berupa pemetaan masalah. Team pengabdian melakukan kunjungan ke lokasi UKM Batik Busana Asri dan UKM Batik STU Jaya untuk mendapatkan informasi dan menggali permasalahan secara detail dan lengkap sekaligus menyusun strategi dan solusi yang akan diterapkan. Beberapa masalah konkrit dan segera diselesaikan (a) ruang produksi yang panas, ruang produks yang tidak menerapkan 5R dan K3 dengan baik, (b) pemasaran kain batik yang stagnan, tidak ada kemajuan. Kegiatan pemetaan berupa kunjungan ke lokasi, dosen dan mahasiswa di masa new normal pandemi pada gambar-1.



Gambar-1. Pemetaan masalah dan penggalian data informasi

Setelah data di lapangan terkumpul, dosen dan mahasiswa melakukan perencanaan solusi, dan koordinasi secara intensif dalam penyelesaian masalah. Perencanaan solusi di bagian produksi, dan

bagian pemasaran. Bagian produksi penerapan 5R dan K3 serta bagian pemasaran mengadakan pelatihan digital marketing, web perusahaan dan sosial media. Bagian produksi team pengabdian masyarakat memberikan bantuan kompor, dibagian pemasaran team memberikan bantuan laptop, akun akun digital marketing, sosial media dan web, serta di bagian pemasaran team memberikan name board dan rak untuk display penjualan, hal ini ditunjukkan dalam gambar-2 sampai gambar-5



Gambar-2. Pemberian bantuan kompor sebagai peningkatan kapasitas produksi



Gambar-3. Pemberian bantuan laptop sebagai pendukung sosial media dan digital marketing



Gambar-4. Pemberian enam rak sebagai display produk batik



Gambar-5. Pemberian bantuan papan nama sebagai media promosi dan informasi

Kedua UKM batik secara merata mendapatkan bantuan, masing-masing berupa laptop, kompor pemanas, papan nama, rak display sebagai peningkatan produksi dan peningkatan pemasaran. Selanjutnya, dosen mengarahkan mahasiswa, dibagi dalam kelompok mahasiswa teknik industri memberi pelatihan tentang sistem produksi yang baik sesuai kaidah K3 dan 5R, mahasiswa teknik komputer memberi pelatihan tentang digital marketing, sosial media dan web perusahaan, sednagkan kegiatan pelatihan ditunjukkan gambar-6 dan gambar-7.



Gambar-6. Mahasiswa memberi pelatihan sosial media, digital marketing dan web perusahaan



Gambar-7. Kegiatan di ruang produksi, ditinjau oleh bapak kepala desa Pilang

Ruang produksi dibagi menjadi dua tempat, yaitu ruang produksi printing dan ruang produksi batik tulis. Keduanya memiliki kualitas dan seni masing-masing dan luaran batik sesuai dengan selera konsumen.

3.2. Pembahasan

Berdasar kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan sesuai rencana tahapan, telah dicapai beberapa kemajuan perkembangan usaha bagi pengusaha batik. Perkembangan dapat dilihat dari: (a) perilaku pengusaha yang mulai memahami pentingnya K3 dan 5R dalam tempat kerja, (b) pemahaman dan perilaku UKM (pemilik dan karyawan) dalam memahami pentingnya media sosial, digital marketing dan web perusahaan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengikutsertakan peran aktif karyawan, pemilik dan warga sekitar sekitar 10 orang. Kolaborasi dosen, mahasiswa dan UKM dalam rangka peningkatan pembelajaran yang mendukung program pemerintah dalam MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka). Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan kolaborasi dosen dan mahasiswa UMS di UKM Sentra Industri Batik Pilang Masaran Sragen dalam rangka program pengabdian masyarakat yang didanai dari Bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian dan Purwarupa PTS Ditjen Diktiristek Tahun Anggaran 2021.

Berdasar observasi, interview dan diskusi bahwa: (a) pemilik UKM STU Jaya bapak Rofik dan UKM Batik Busana Asri ibu Kristanti Wulandari menyampaikan banyak terima kasih, dapat bergabung dan berkolaborasi dalam kegiatan PKM mendukung MBKM tersebut dan bantuan sangat bermanfaat. Mahasiswa juga memberikan ucapan terimakasih dapat belajar secara langsung di dunia usaha tentang dunia batik tulis, batik printing dan batik kombinasi. Karyawan juga menyampaikan terimakasih dilatih tentang pemahaman tata kelola lingkungan dan ruang produksi, sistem produksi tepat waktu dan penerapan 5R dan K3 ditempat kerja, juga menjadi perhatian khusus, digitalisasi marketing dan media sosial, web UKM sehingga karyawan bisa belajar dengan dosen dan mahasiswa dalam kegiatan perbaikan ruangan produksi dan pemasaran, hal ini sangat bermanfaat, menjadi pengalaman yang luar biasa karena bisa berkolaborasi dengan dosen dan mahasiswa UMS.

Pihak desa Pilang yang diwakili bapak Kepala Desa Sukisno, sangat mengapresiasi kegiatan pengabdian masyarakat program PKM MBKM ini. Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi warga kami dalam rangka peningkatan produksi, pemasaran dan tata kelola usaha batik dengan baik.

Kegiatan pengabdian juga diliput oleh TATV, sebagai bentuk apresiasi yang baik dari team pengabdian masyarakat dalam rangka mamajukan pemasaran dan produksi UKM Batik di Pilang Masaran pada umumnya. Dampak positif ini dirasakan oleh beberapa peserta yang antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing dan sosial media yang disampaikan oleh mahasiswa.

Ketua team MONEV, Agus Ulinuha, MT. PhD memberikan apresiasi kepada 2 UKM batik, sebagai dukungan kerjasama perguruan tinggi dengan UKM mampu menjalankan penjualan melalui dunia *online*, diharapkan kegiatan ini mampu memberikan dukungan dalam produksi, pemasaran, penjualan yang optimal, layanan yang baik menjadi harapan dalam kegiatan ini, sesuai gambar-8.



Gambar-8. Apresiasi yang baik dari Ketua Team Monev

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini disimpulkan bahwa model penyuluhan, pelatihan dan pendampingan melalui konsep *learning by doing* (tindakan langsung membuat akun media sosial) melalui *digital marketing*, penjualan kain batik (kombinasi dan printing/cap), perbaikan lingkungan produksi memberikan semangat baru bagi para UKM Batik. Penggunaan web UKM, media sosial, digital marketing dan perbaikan ruang produksi bagi pengusaha batik sangatlah penting dan sangat membantu dalam perbaikan produksi dan penjualan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Pemerintah yang mendanai kegiatan pengabdian masyarakat, Ketua LPMPP UMS, dosen dan mahasiswa, team pengabdian, pihak UKM dan warga sekitar batik, Kepala Desa Pilang, semua instruktur pelatihan dan pendampingan, peserta serta semua yang terlibat, semoga apa yang dilakukan menjadi amal ibadah dan amal jariyah bagi kita semua.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adcharina. Pratiwi, A. L. Riani, M. Harisudin, S. Rum, and H. Pinta,.2020. "The Development of Market Oriented Batik Product Based on Costumer Buying Intention (Industrial Center of Batik Sragen Indonesia)," *Int. J. Manag.*, vol. 11, no. 3, pp. 373–389.
- Adcharina. Pratiwi, A. L. Riani, M. Harisudin, and S. R. H. Pinta,.2017. "Empowerment of Entrepreneur Batik in Masaran Sragen," *J. Sci. Eng. Research*, vol. 03, no. 06, pp. 189–194.
- Adcharina. Pratiwi, Suranto, Nurgiyatna, Musabbikha, Aan Sofyan. 2022. Pendampingan Pelatihan Aplikasi Media Sosial Di Masa new normal pandemi Covid 19 Pada Batik Av Production. Jurnal TTG Universitas Sahid Surakarta, (Ajuan Terbit).
- Suranto, Nurgiyatna, Etika.M.,2021. Peningkatan Tata Kelola Usaha Batik di Sentra Industri Batik Pilang Masaran Sragen. Laporan HIT. Pengabdian Masyarakat. Universitas Muhammadiyah Surakarta.